兼香型白酒渐成消费热点

列数知名兼香白酒

我国的白酒历史源远流长，广阔的神州大地造就了多种不同的白酒文化，而四川的浓香型白酒，贵州的酱香型白酒，以及北方地区的清香型白酒，以其广泛的认可度，以及典型的风格性，被誉为我国白酒的三大基础香型（后加入米香型白酒，也可称四大香型）。

随着时代的发展，交通的便捷，各地饮食文化在地域文化贯通中蓬勃发展，白酒已然如此，除了三大基础香型白酒以外，拥有两种或者三种香型兼有的白酒新品，在近年来大行其道，既满足了人们对传统白酒的喜好，又能通过创新创造出崭新的口感风格，白酒业界也出现了“大兼香”时代来临的口号。

兼香型白酒的优点显而易见，但没有明确的口感指向，也成为兼香型白酒在品牌宣传上的弱点之一，目前在我国兼香型白酒市场，除了西凤酒的“凤香型”，四特酒的“特香型”白酒有着较为理想的品牌认知度以外，其他兼香型白酒的厂商，并没有使自己的兼香白酒产品，有着特别的称呼指代，这也使得某些不良商家有了宣传“漏洞”可钻，对自家并不优秀的产品，均冠以“兼香型”白酒的称呼，企图蒙骗消费者。笔者就向各位酒友以及广大消费者，介绍几家国内知名的，值得信赖的兼香型白酒企业，并了解他们的产品特征，便于我们在购买时做出适合自己的选择。

四川宜宾叙府酒业 以浓为主，兼具酱香

四川宜宾，被誉为“中国酒都”，而叙府酒业是当地第二大的白酒酿造企（第一为五粮液集团）。叙府酒业并不是一家专门出产兼香型白酒的企业，其浓香型白酒叙府大曲，叙府特曲，才是叙府酒业数十年发展的精华，两款产品在川南地区的市场占有率惊人，连五粮液和泸州老窖的同档次产品，都无法撼动其市场地位。

而叙府酒业在兼香型白酒的发展，是近几年企业全新的市场方向，其推出的“柔雅叙府”系列兼香白酒，是以浓为主，兼具酱香作为酒款的典型风格，依托自身在五粮浓香型白酒的深厚功力，“柔雅叙府”的兼香口感在饮用中感受非常舒适，名酒之家编辑部对“柔雅叙府”15 年作出了详细品鉴，众编辑纷纷打出 5 星的评价，也使得这款酒的品质得到了公认。

目前叙府酒业主打的兼香型白酒为柔雅叙府 15 年，以及柔雅叙府 8 年等，酒款均在叙府酒业的天猫旗舰店有售，值得一提的是，在这几款兼香型白酒的瓶身上，我们看到了“柔雅香型”的字样，也说明了厂方对自身产品品质的信心，我们也期待着“柔雅香型”白酒能否成为下一个“凤香型”或“特香型”知名香型。

湖北白云边酒业 浓兼酱口感

白云边酒业是湖北第三大酒企，以诗仙李白《游洞庭五首其二》中的诗句“且就洞庭赊月色，将船买酒白云边”取名，其浓兼酱口感（以浓为主）系列产品为广大酒友所熟知，兼香型白酒领域，白云边酒业有着相当的口碑知名度。

笔者查询了白云边酒业在京东商城的商品信息，发现白云边酒业的产品，均有着数百乃至数千的评论数，产品好评率也在 90% 以上，作为二线的白酒品牌，能得到这样的消费者关注程度，也说明了白云边酒业产品的过硬品质。

白云边酒业的主打产品，是白云边各档年份酒，其中名酒之家网也曾经对其 12 年陈酿酒款，做出了详细品鉴，有兴趣的朋友可以登录名酒之家网品鉴栏目查询详细的品鉴报告。以浓香为主，兼具酱香口感风格，这就是白云边酒业酒款的特点，喜欢这种兼香口感风格的朋友，不妨关注白云边酒业的相关产品。

安徽口子酒业 入口浓、中间清、后味酱

安徽口子酒业，是兼香型白酒领域的又一大知名企业，和上述两家以浓兼香的兼香酒口感不同，口子酒业的产品以入口浓、中间清、后味酱的三香兼香风格特点为大众所熟知，是三香兼有的产品。

口子酒业的主打产品，是口子窖各年份以及细分市场酒款，名酒之家网对口子窖 5 年 46°的酒款作出了详细品鉴，认为其产品浓香和清香的风格非常典型，很符合北方消费者的饮用喜好和习惯。这款产品在京东的累积评论达到了惊人的近 2000 条，也说明了消费者对其的关注和认可。

今年对于口子酒业来说，是值得被记住的一年，因为在 2015 年 6 月 29 日，口子酒业在上交所挂牌上市，登陆 A 股主板，成为 A 股白酒板块第 17 家、兼香型白酒第 1 家上市公司。这既是口子酒业多年的努力被认可的象征，也意味着口子酒业新发展的开始。

以上三家酒企，均为兼香型白酒的知名酒企，其产品，也是名酒之家网品鉴以后，认为值得向各位消费者以及酒友推荐的酒款。厌倦了传统的浓酱清三种口感风格，希望品尝创新兼香风格白酒的朋友，不妨尝试一下以上三家酒企的产品，笔者相信，一定不会让您失望。

（千华）

建行善融商务 助力白酒销售转型

■叶霖

风过泸州带酒香，美酒美名天下扬。近年来，张总的白酒销售公司，倚着某酒业龙头，掌控耕耘多年的销售渠道，手握直销、会员制两大法宝，生意经营得风生水起。然而伴随白酒业全国格局的大幅扩张和渐入调整期，张总的流动资金需求更加迫切。

十大片区经理出身的张总，首先想到的老办法是找银行贷款。可连找了几家银行，都被婉拒。为什么自己持续多年、业绩优良、计划周全的公司，却得不到资金？

身为建行老客户的张总，找到了多年合作的老朋友——泸州分行王经理。王经理既曾是张总多年来的客户经理，也是泸州分行“善融商务”电商平台负责人。王经理向张总解释道：“你的公司难贷款，主要是其所处的白酒流通行业面临三大困难：行业趋冷、资产负债率高、核心竞争力难以量化；但建设银行‘亦商亦融，买卖轻松’的‘善融商务’电商平台，就可既能满足你的资金需求，又能拓展你的销售渠道。”

张总饶有兴趣地听着王经理聊“善融商务”电商平台与“互联网+”。“互联网+”变革的，不仅仅是渠道，更重要的是观念。其中以资产、预收账款、应付账款的变化，最为明显。传统观念认为，高负债率意味着更高风险，需要更高等级的抵押质押，处于流通行业的销售公司，更是必须满足更严格的指标及要求；而“互联网+”思维认为不应仅仅看量还要看构成。租用的厂房、随销随采的原材料，意味着“轻资产化”和更高的灵活性与成长性。巨额的预收账款，长期存在于白酒行业中，传统观念认为这意味着偿付义务，而存在着兑付乃至破产风险；互联网思维认为，下级经销商乃至消费者的预存款预付款，意味着更强的资金获取能力、更低成本的融资途径、更强的渠道维护能力以及客户忠诚度，而后两者，甚至可以成为比产能、技术等更重要的核心竞争力。应付账款也不应一概而论，借钱多，自然其他人不敢再借，但大型上市国企都借予大笔资金，则体现了其渠道重要性，以及国企高层对其经营能力的信任。经营能力、渠道把控能力、销售能力，这些传统思维下虚无缥缈难以量化而无法转为信用的信息，终于在大数据与全渠道的“善融商务”上，汇聚可供银行使用的数据，形成了双方共赢的基础。

得来全不费功夫，张总欣然接受王经理的推荐，入驻了“善融商务”。作为国内首家银行系电商的“善融商务”平台，一方面，基于对张总的长期了解，为其匹配了信用额度；借助详实的销售数据与供销合同管理，为其提供了类供应链金融服务，既帮助张总解了燃眉之急，稳续了现金流，又助力张总帮扶下级经销商共度难关、开拓渠道。另一方面，作为总行战略部署的平台，“善融商务”免除了平台使用费，机会均等地给出了首页推荐；同时秉持对行业的负责，一个品牌只允许一个有资格的代理进驻。借助建行与善融的大型银行品牌和卓越商誉，张总还解决了在进行外地扩张格局时面临的信任危机。

最终，通过建行“善融商务”的支持，经过两年的耕耘，张总的公司通过“善融商务”累计实现销售超过 1700 万元，新增会员客户近 2000 名，净资产利润率、资金流转率较期初分别提高 17.3% 和 30%，现金流周期降低 64%。业绩仅代表过去，而搭乘“互联网+”的未来，将会更加光明！

白酒电商蛮拼：名酒跌破出厂价

425mL 的 52 度五粮液普通版 469 元、500ml 的 52 度剑南春 299 元……这是记者 11 月 9 日在天猫 1919 官方旗舰店中看到的价格。面对今年的“双十一”，1919 董事长杨陵江高调宣布，“将持续发动价格战，准备亏损 2000 万元。”

每年“双十一”，1919 等酒类电商都会展开促销价格战，而今年白酒厂家也加入进来，据悉水井坊、泸州老窖等知名白酒企业将主动参战，无论是推出新品还是满额返赠，都试图与电商平台一拼高低。某促销平台负责人吴磊坦言，“多年来在促销季，酒厂往往被第三方电商平台所裹胁，面对消费者非常被动，而今年他们直接参与‘双十一’，在价格优势基本对等的情况下，或许将获得更多的收益。”

“双十一”促销 名酒跌破出厂价

目前，飞天茅台出厂价为 830 元/瓶，市场价普遍维持在 1400 元左右，而记者在天猫的 1919 官方旗舰店中发现，53 度飞天茅台的“双 11 狂欢价”仅为 699 元。同样低于出厂价的还有五粮液等知名品牌。记者了解到，天猫“双十一”期间，这些名酒的降价幅度都达到市场价的 4–5 成。业内人士张静告诉记者：“目前已公布的这些价格不一定会是最终价，到‘双十一’那天，各方有可能会临时调整，而我们无法得知各家会放多少量，但可以肯定的是，各家都会采取消费者限购的策略。”

此外，记者了解到，像这样远低于出厂价的劲爆价格，往往都会遭到白酒酒企的强烈反对。其中，五粮液、洋河等知名白酒企都曾与电商平台产生“摩擦”，双方骂战、诉讼、封杀也屡见不鲜。“电商平台将这些名酒的价格拉低，在短时间内是积攒了不少人气与销量，但这很容易让消费者对这些名酒产生心理预期，现在跌价容易，以后想涨回来就难了”，吴磊如是说。

推新品搞促销 酒厂主动出击

相对于以往被动应战，今年越来越多的白酒企业纷纷出新招，主动加入“双十一”大战。

记者了解到，在今年“双十一”，水井坊不仅将推出新品——“水井坊·三国（义勇仁）”，还将对最新推出的新品——“水井尚品”进行大力度推广。水井坊相关负责人告诉记者：“目前，我们将‘水井坊·三国（义勇仁）’的首发平台定于天猫和京东，而酒仙网则重点主推‘水井尚品’。”

除了借助“双十一”人气推新品，还有酒企将产品进行重新组合，推出满赠活动。记者了解到，凡在泸州老窖官方商城购买产品的消费者，满 498 元加 11 元便可赠送四瓶，包括国窖、特曲、头曲和二曲的小支装；而购买 500ml 的 52 度国窖 1573 整箱的，则可获得小国窖礼盒；此外，375ml 窖龄 30、60、90 年一套组合，原价 890 元，现价为 699 元。对于 1111 元大礼包，则包括 375ml 国窖 1573+375ml 窖龄 30 年相对水井坊与泸州老窖，五粮液在“双十一”的活动可谓精心准备，他们提出“双十一大促，挑战不可能”的口号，不仅打出诱人的折扣，还推出全场满 999 元，享价值 199 元的五粮液红酒反馈。此外，品牌还悉心打造四大活动助力“双十一”：活动一，低价，52 度五液熊猫酒 500ml 到手 799 元；活动二，品牌团 1 元团购秒杀五粮液亚洲干红葡萄酒，52 度五粮液水晶瓶 500ml659 元；活动三，绝版限量专区；活动四，玩游戏得红包。

（和讯）

习酒喜获第九届广州市“放心酒”评比活动“优质放心酒品奖”

■ 黄佳嫦

11 月 6 日，“第九届广州优质放心酒评选推介活动”颁奖晚会在广州阳光酒店隆重举行，广东省近 500 家主流酒类商家及媒体出席了颁奖典礼，颁奖盛况由广东电视台各频道滚动播出。习酒·窖藏 1988 喜获 2014--2015 年度“最具市民喜爱的优质放心酒品奖”及“最具市场效应的优质放心酒品奖”、金质习酒获得“最具市民喜爱的优质放心酒品奖”。

沱牌与天洋正式签约 四川酒企混改第一单

11 月 2 日上午，四川省酒类企业混合所有制改革的第一宗成功案例——四川沱牌舍得集团有限公司 38.78%股权转让及增资扩股签约仪式在西南联合产权交易所正式举行。

射洪县委副书记、县长蒲从双，射洪县人大常委会主任庞海燕，射洪县委常委、常务副县长蒋勇，射洪县委常委、副县长丁文艺，四川沱牌舍得集团董事长李家顺，天洋控股集团董事局主席周政以及四川省国资委、省投促委、省国税局、省地税局等领导和嘉宾出席了本次签约仪式。

签约仪式上，射洪县委副书记、县长蒲从双，四川沱牌舍得集团董事长李家顺，天洋控股集团董事局执行董事杨宏光分别在《沱牌舍得集团股权转让及增资扩股协议》上签字，同时西南联合产权交易所董事长景平发表了鉴证意见，标志着沱牌舍得集团历经多年积极筹备的战略重组终于尘埃落定。

据悉，沱牌项目是西南联交所国有企业发展混合所有制经济项目发布平台自 2014 年上线以来成交金额最大的一宗，同时也创下目前四川省国企混改的最高增值率纪录。

射洪县委副书记、县长蒲从双在签约仪式上指出，射洪县和天洋控股集团、沱牌舍得集团三方在西南联合产权交易所正式签订《沱牌舍得集团股权转让及增资扩股协议》，标志着沱牌舍得集团混合所有制改革取得重大进展。相信沱牌舍得集团引进天洋控股集团后，在天洋控股集团敏锐的市场判断力、创新的战略前瞻性和领先的互联网思维引领下，一定是强强联手、合作共赢，为实现沱牌舍得集团做大做强，持续、快速和健康发展并走向全球找到了最佳途径；也将为带动射洪县相关产业的发展，促进地方经济的发展发挥更大的作用。

西南联交所作为沱牌项目挂牌交易的组织方，持续跟进、全程服务。据该所工作人员介绍，“我们专门成立沱牌项目组，开展了流程规划、方案策划等前期辅导工作。”今年 1 月首次挂牌公告期间，西南联交所充分发挥信息聚集和信息发布优势，积极开展有针对性的推荐工作。在项目暂停期间，西南联交所积极为沱牌舍得集团提供更多意向战略投资人信息，根据沱牌舍得集团战略重组的目标和市场情况，向沱牌项目组向沱牌舍得集团提出适当调整受让方条件扩大受让方范围的建议。

2015 年 7 月，沱牌项目调整受让方条件并提高挂牌底价后再次在西南联交所挂牌，挂牌期满后，征得四家合格报名者，并于 8 月 19 日上午 10 点举行了公开网络竞价。当日，竞价起始价为项目挂牌价 12.5 元/股，折合挂牌总价约 20.32 亿元。经过 203 轮的激烈报价，最终由天洋控股集团以 23.51 元/股的价格成功竞得，折合总价约 38.22 亿元，较挂牌价增值约 17.9 亿元，溢价率高达 88.08%，较评估价增值约 26.03 亿元，溢价率高达 214%。

西南联合产权交易所董事长景平表示，交易所将总结沱牌舍得集团混改的成功经验，继续充分发挥客户资源优势、价格发现优势、合作机构优势、信息渠道优势，为白酒行业的持续复苏提供新动力，并更好地为国企发展国有资本和非公有资本等交叉持股、相互融合的混合所有制经济服务。

另悉，本次签约的股权转让及增资扩股协议需逐级上报到国务院国资委和中国证监会批准后方能生效。获批后，天洋控股集团将拥有沱牌舍得集团 70%的股权。

（四川新闻网）

地址：四川省成都市金牛区三环路北一段成彭立交内侧　电话：(028)87319500　87342251(传真)　北京联系地址：北京市朝阳区博大路 3 号 5 号楼　电话：(010)87721045　52896956　52896958　87527365(传真)　广告经营许可证：川工商广字 5100004000280　成都科教印刷厂印刷